

**PENGARUH PENGUNGKAPAN *ISLAMIC CORPORATE SOCIAL  
RESPONSIBILITY (ICSR)* TERHADAP *EARNING RESPONSE  
COEFFICIENT (ERC)* DENGAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI  
VARIABEL MODERATING**  
(Studi Pada Perusahaan yang Terdaftar di JII)

**Skripsi**  
**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat**  
**Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)**  
**Dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam**

Oleh  
**RIZKI KURNIA ILAHI**  
**NPM. 1651020361**  
**Jurusan: Perbankan Syariah**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**RADEN INTAN LAMPUNG**  
**1442 H/2021 M**

**PENGARUH PENGUNGKAPAN *ISLAMIC CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (ICSR) TERHADAP *EARNING RESPONSE COEFFICIENT* (ERC) DENGAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERATING**  
(Studi Pada Perusahaan yang Terdaftar di JII)

**Skripsi**  
**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat**  
**Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)**  
**Dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam**



**Pembimbing I: Dr. Evi Ekawati, S.E., M. Si**  
**Pembimbing II: M. Yusuf Bahtiar, M.E**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**RADEN INTAN LAMPUNG**  
**1442 H/2021 M**

## ABSTRAK

*Islamic Corporate Sosial Responsibility* (ICSR) merupakan tanggung jawab sosial perusahaan yang merupakan sebuah konsep CSR yang menekankan pada pendekatan kerohanian sebagai dasar dari kewajiban perusahaan untuk memiliki tanggung jawab sosial kepada lingkungan sekitar. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh pengungkapan *Islamic corporate social responsibility* (ICSR) terhadap *earning response coefficient* (ERC) dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderating, studi pada perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) pada tahun 2014-2018. Rumusan masalah dalam penelitian ini antara lain, bagaimana pengaruh pengungkapan *Islamic corporate social responsibility* (ICSR) terhadap *earning response coefficient* (ERC)? bagaimana ukuran perusahaan memoderasi pengaruh pengungkapan *Islamic corporate social responsibility* (ICSR) terhadap *earning response coefficient* (ERC)? Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian bersifat eksplanatif, sumber data yang digunakan adalah data sekunder berupa laporan tahunan dan laporan keuangan perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII), populasi dalam penelitian ini adalah 30 perusahaan, teknik pengambilan sampel penelitian ini dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, serta yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah 12 perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII). Metode analisis data yang digunakan adalah uji asumsi klasik, analisis regresi linear sederhana, analisis regresi moderasi dengan uji selisih mutlak dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ICSR tidak berpengaruh positif signifikan terhadap ERC dengan nilai signifikan sebesar  $0,518 > 0,05$ . Hasil yang tidak berpengaruh positif dan signifikan mengindikasikan bahwa investor memiliki kepercayaan yang rendah terhadap informasi ICSR yang diungkapkan oleh perusahaan. Selain itu dapat dikatakan bahwa investor masih belum memperhatikan ICSR yang dilaporkan oleh perusahaan untuk mempengaruhi investor dalam mengambil keputusan investasi. Serta hasil analisis regresi moderasi diperoleh nilai signifikan variabel moderating sebesar  $0,751 > 0,05$  mengindikasikan bahwa ICSR terhadap ERC tidak dimoderasi oleh ukuran perusahaan. Artinya secara statistik ukuran perusahaan tidak berperan aktif dalam pengungkapan ICSR terhadap ERC. Hal ini dikarenakan investor menganggap bahwa ukuran perusahaan yang besar belum tentu memiliki laba yang baik, namun investor lebih memilih melihat kondisi pasar perusahaan secara umum daripada melihat total asetnya dan informasi mengenai ICSR tidak mampu menurunkan angka ketidakpastian perusahaan di masa yang akan datang.

**Kata kunci:** *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR), *Earning Response Coefficient* (ERC), Ukuran Perusahaan.



**KEMENTRIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung

**SURAT PERNYATAAN**

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*  
Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rizki Kurnia Ilahi  
NPM : 1651020361  
Prodi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “**Pengaruh Pengungkapan *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) Terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC) Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating (Studi pada Perusahaan yang Terdaftar di JII)**” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusunan sendiri, bukan duplikasi ataupun sandaran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam footnote atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada pihak penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.  
*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Bandar Lampung, 11 November 2020  
Penyusun

Rizki Kurnia Ilahi  
1651020361





**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Letkol. H. Endro Suramin, Sukarame, Bandar Lampung (0721) 703260

**PERSETUJUAN**

**Judul Skripsi : Pengaruh Pengungkapan Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) Terhadap Earning Response Coefficient (ERC) Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Perusahaan yang Terdaftar di JII)**

**Nama : Rizki Kurnia Ilahi**  
**NPM : 1651020361**  
**Jurusan : Perbankan Syariah**  
**Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam**

**MENYETUJUI**

Untuk dimunagoshihkan dan dipertahankan dalam Sidang Munagoshih  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

**Dr. Evi Ekawati, S.E., M.Si**  
**NIP.197602022009122001**

**M. Yusuf Bahtiar, M.E**  
**NIP.1987912082011001**

**Mengetahui,**

**Ketua Jurusan Perbankan Syariah**

**Dr. Erike Anggraeni, M.E.Sy**  
**NIP.198208082011012009**





KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung (0721) 703260

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **"Pengaruh Pengungkapan Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) Terhadap Earning Response Coefficient (ERC) Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Perusahaan Yang Terdaftar di JII)"** disusun oleh, Rizki Kurnia Ilahi, NPM: 1651020361, program studi Perbankan Syariah. Telah di Ujikan dalam sidang Munaqosyah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan pada Hari/Tanggal : **Senin/ 30 November 2020**

Tim Penguji

Ketua : **Dr. Nasruddin, M.Ag.**

Sekretaris : **Ahmad Hazas Syarif, S.E.I., M.E.I.**

Penguji I : **Any Eliza, S.E., M.Ak.**

Penguji II : **Dr. Evi Ekawati, S.E., M.Si.**

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

**Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M.Si**

NIP. 198008012003121001





## MOTTO

وَمَا كَانَ رَبُّكَ لِيُهْلِكَ الْقُرَىٰ بِظُلْمٍ وَأَهْلِهَا مُصْلِحُونَ ﴿١١٧﴾ وَلَوْ شَاءَ  
رَبُّكَ لَجَعَلَ النَّاسَ أُمَّةً وَاحِدَةً ۚ وَلَا يَزَالُونَ مُخْتَلِفِينَ ﴿١١٨﴾

”Dan Tuhanmu sekali-kali tidak akan membinasakan negeri-negeri secara zalim, sedang penduduknya orang-orang yang berbuat kebaikan. Jikalau Tuhanmu menghendaki, tentu dia menjadikan manusia umat yang satu, tetapi mereka senantiasa berselisih pendapat.”

(QS. Huud (11): 117-118)



## PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT. Semoga kita senantiasa mendapat rahmat dan hidayah- Nya. Skripsi ini saya persembahkan dan penulis dedikasikan sebagai bentuk ungkapan rasa syukur dan terimakasih saya yang mendalam kepada:

1. Kedua orang tua yaitu, Bapak Baizardi dan Ibu Adesmi yang selalu memberikan semangat, dukungan serta memotivasiku dengan nasehat-nasehat yang luar biasa dan selalu mendo'akan ku agar terus berada dijalannya. Semoga selalu berada dalam lindungan Allah SWT dan mendapatkan keberkahan baik di dunia maupun di akhirat.
2. Teruntuk abangku Fajar Bahari dan Faisal yang selalu memberikan dukungan serta perhatian dalam menyelesaikan skripsi, serta adikku Rahmi Nadila yang selalu menghiburku disaat lelah.
3. Almamaterku tercinta Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, terkhusus Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



## RIWAYAT HIDUP

Rizki Kurnia Ilahi, dilahirkan di Talangpadang pada tanggal 05 Oktober 1998, anak ketiga dari pasangan Baizardi dan Adesmi.

Pendidikan dimulai dari SD Negeri 3 Talangpadang dan selesai pada tahun 2010. MTs Negeri Model Talangpadang selesai pada tahun 2013. SMA Negeri 1 Talangpadang selesai 2016 dan mengikuti pendidikan tingkat perguruan tinggi pada Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung di mulai pada semester 1 TA. 2016/2017.



Bandar Lampung, 11 November 2020  
Yang membuat,

Rizki Kurnia Ilahi

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT. yang telah memberikan karunia-Nya berupa ilmu pengetahuan, kesehatan dan petunjuk sehingga skripsi dengan judul “Pengaruh Pengungkapan *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) Terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC) Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating (Studi pada Perusahaan yang Terdaftar di JII)” dapat diselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya. Shalawat serta salam saya sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW keluarga, para sahabat dan juga kepada para pengikutnya hingga akhir zaman.

Skripsi ini ditulis dan diselesaikan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Jurusan Perbankan Syariah di Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Saya menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, motivasi, saran dan kritik yang telah diberikan oleh semua pihak. Dalam kesempatan ini saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M.S.I., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.
2. Ibu Dr. Erike Anggraeni, M.E.Sy. dan Bapak Muhamad Kurniawan, S.E., M.E.Sy. selaku Ketua dan Sekretaris Jurusan Perbankan Syariah.
3. Ibu Dr. Evi Ekawati, S.E., M.Si. selaku pembimbing I dan Bapak M. Yusuf Bahtiar, M.E selaku pembimbing II yang telah banyak memotivasi dan meluangkan waktu untuk penyelesaian skripsi ini.



4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Bisnis Islam khususnya Program Studi Perbankan Syariah, atas ilmu dan didikan yang telah diberikan.
5. Bapak dan Ibu Staf Karyawan Perpustakaan Fakultas Ekonomi Bisnis Islam ,Syariah dan Perpustakaan Pusat UIN Raden Intan Lampung.
6. Kedua orang tua saya, Bapak Baizardi dan Ibu Adesmi yang selalu mendo'akan dan memberikan dukungan sehingga terselesaikannya skripsi ini demikian juga untuk semua keluarga saya yang selalu memberikan motivasi dan dukungan selama ini.
7. Sahabat-sahabat penulis yang telah memberikan semangat yang tak henti-henti. Teman-teman seperjuangan Perbankan Syariah kelas E angkatan 2016 yang telah memberikan semangat dalam penulisan skripsi ini.
8. Almamaterku tercinta UIN Raden Intan Lampung.

Saya menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun dan akan saya terima. Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada semua pihak yang telah membantu untuk menyelesaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat dan menjadi pendorong dunia pendidikan dan ilmu pengetahuan.

Bandar Lampung, 11 November 2020

Rizki Kurnia Ilahi  
1651020361

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERSETUJUAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>PENGESAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Penegasan Judul .....	1
B. Alasan Memilih Judul .....	4
C. Latar Belakang Masalah.....	5
D. Identifikasi Masalah.....	14
E. Batasan Masalah.....	15
F. Rumusan Masalah.....	15
G. Tujuan Penelitian.....	16
H. Manfaat Penelitian.....	16

### **BAB II LANDASAN TEORI**

A. Kajian Teori.....	19
1. Teori Dasar	
a. Teori Sinyal.....	19
2. <i>Islamic Corporate social responsibility</i>	
a. <i>Pengertian Islamic Corporate Social Responsibility.....</i>	<i>21</i>
b. <i>Manfaat Islamic Corporate Social Responsibility .....</i>	<i>25</i>
c. <i>Tema Pengungkapan Islamic Corporate Social Responsibility .....</i>	<i>26</i>
d. <i>Tujuan Pengungkapan Islamic Corporate Social Responsibility.....</i>	<i>27</i>
3. <i>Islamic Sosial Resporting.....</i>	<i>28</i>
4. <i>Earning response coefficient.....</i>	<i>29</i>
5. Ukuran Perusahaan.....	30
B. Tinjauan Pustaka .....	32
C. Kerangka Berpikir .....	36
D. Hipotesis.....	38

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	42
B. Populasi, Teknik Pengambilan Sampel dan Sampel Penelitian .....	42
C. Definisi Operasional Penelitian.....	45



D. Metode Pengumpulan Data .....	49
E. Metode Analisis Data .....	49
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum Penelitian	
1. Pengungkapan <i>Islamic Corporate Social Responsibility</i> (ICSR).....	56
2. <i>Earning Response Coefficient</i> (ERC).....	57
3. Ukuran Perusahaan.....	58
B. Hasil Penelitian	
1. Uji Asumsi Klasik .....	59
2. Uji Regresi Linear .....	65
3. Uji Regresi Moderasi .....	66
4. Uji t.....	69
5. Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	69
C. Pembahasan.....	71
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	77
B. Saran.....	78
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 Daftar ICSR Yang Digunakan Oleh Perusahaan .....	24
Tabel 2 Populasi Penelitian.....	43
Tabel 3 Sampel Penelitian.....	44
Tabel 4 Data <i>Islamic Corporate Social Responsibility</i> (ICSR) Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Jakarta Islamic Index 2014-2018.....	56
Tabel 5 Data <i>Earning Response Coefficient</i> (ERC) Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Jakarta Islamic Index 2014-2018 .....	58
Tabel 6 Data Ukuran Perusahaan Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Jakarta Islamic Index 2014-2018.....	59
Tabel 7 Hasil Uji Normalitas .....	60
Tabel 8 Hasil Uji Normalitas .....	61
Tabel 9 Hasil Uji Multikolonearitas.....	62
Tabel 10 Hasil Uji Heteroskedastisitas: Uji Glejser .....	63
Tabel 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas: Uji Glejser .....	63
Tabel 12 Hasil Uji Autokorelasi: Durbin-Watson .....	64
Tabel 13 Hasil Uji Autokorelasi: Durbin-Watson .....	65
Tabel 14 Hasil Pengujian Analisis Regresi Linear Hipotesis .....	66
Tabel 15 Hasil Pengujian Analisis Regresi Moderating .....	67
Tabel 16 Hasil Uji T.....	68
Tabel 17 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) Hipotesis 1 .....	70
Tabel 18 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) Hipotesis Uji Moderating .....	70



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Kerangka Berpikir .....	37



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Perhitungan *Return* Dan *Return* Saham Pasar 2014-2018
- Lampiran 2 Perhitungan *Cumulative Abnormal Return* Perusahaan Tahun 2014-2018
- Lampiran 3 Total Laba Tahun 2013-2018
- Lampiran 4 Perhitungan *Unexpected Earning* (UE) Tahun 2014-2018
- Lampiran 5 Regresi CAR
- Lampiran 6 Hasil *Earning Response Coefficient* (ERC) Tahun 2014-2018
- Lampiran 7 Total Asset Tahun 2014-2018
- Lampiran 8 Ukuran Perusahaan Tahun 2014-2018
- Lampiran 9 Pengungkapan *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) Tahun 2014-2018
- Lampiran 10 Hasil Output SPSS



## BAB I PENDAHULUAN

### A. Penegasan Judul

Sebagai kerangka awal untuk mendapatkan gambaran yang jelas dan memudahkan dalam memahami skripsi ini. Maka perlu adanya uraian terhadap penegasan arti dan makna dari beberapa istilah yang terkait dengan tujuan skripsi ini. Dengan penegasan tersebut diharapkan tidak akan terjadi kesalahpahaman terhadap pemaknaan judul dari beberapa istilah yang digunakan, disamping itu langkah ini merupakan proses penekanan terhadap pokok permasalahan yang akan dibahas. Adapun skripsi ini berjudul **"PENGARUH PENGUNGKAPAN *ISLAMIC CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (ICSR) TERHADAP *EARNING RESPONSE COEFFICIENT* (ERC) DENGAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERATING (Studi Pada Perusahaan yang Terdaftar di JII)"**.

Untuk itu perlu diuraikan pengertian dari istilah-istilah dari judul tersebut:

#### 1. Pengaruh

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu baik dari orang ataupun benda yang membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang.<sup>1</sup> Pengaruh

---

<sup>1</sup>"Departemen Pendidikan Nasional", *Kamus Besar bahasa Indonesia Pusat Bahasa Edisi Keempat*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2011), h. 1045.

adalah akibat asosiatif yang mencari pertautan nilai antara satu variabel dengan variabel lain.<sup>2</sup>

## 2. *Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)*

*Islamic Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan merupakan sebuah konsep CSR yang menekankan pada pendekatan kerohanian sebagai dasar dari kewajiban perusahaan untuk memiliki tanggung jawab sosial kepada lingkungan sekitarnya.<sup>3</sup>

## 3. *Earning Response Coefficient (ERC)*

*Earning Response Coefficient* adalah koefisien yang digunakan untuk mengukur besarnya return saham dalam merespon laba yang dilaporkan oleh perusahaan. Setiap perusahaan memiliki variasi hubungan yang berbeda antara laba perusahaan dengan return saham.<sup>4</sup>

## 4. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan skala yang menentukan besar atau kecilnya perusahaan. Tolok ukur yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan antara lain total penjualan, rata-rata tingkat penjualan, dan total aktiva. Pada dasarnya ukuran perusahaan hanya terbagi dalam tiga kategori yaitu perusahaan besar (*large firm*), perusahaan

<sup>2</sup>Sugiono, *Penelitian Administratif*, (Bandung: Alfabeta, 2001), h. 7.

<sup>3</sup>Agung Hendratmoko dan Abdul Muid, "Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Pengungkapan ICSR Lembaga Keuangan Syariah Di Indonesia", Vol. 6 No. 4 (2017), h. 3.

<sup>4</sup>Ely Imroatussolihah, "Pengaruh Risiko, Leverage, Peluang Pertumbuhan, Persistensi Laba Dan Kualitas Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Earning Response Coefficient Pada Perusahaan High Profile", *Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol. 1 No. 1 (Januari 2013), h. 75.



menengah (*medium size*), dan perusahaan kecil (*small firm*). Ukuran perusahaan ini didasarkan pada total aset perusahaan.<sup>5</sup>

#### 5. Variabel Moderating

Variabel moderating adalah variabel yang mempengaruhi (memperkuat atau memperlemah) hubungan antara variabel independen dengan dependen.<sup>6</sup>

#### 6. Jakarta Islamic Index (JII)

Jakarta Islamic Index (JII) adalah indeks saham syariah yang pertama kali diluncurkan di pasar modal Indonesia pada tanggal 3 Juli 2000. Konstituen JII hanya terdiri dari 30 saham syariah paling likuid yang tercatat di BEI.<sup>7</sup>

Berdasarkan penjelasan diatas, maka yang dimaksudkan dari judul skripsi ini adalah penelitian yang membahas Pengaruh Pengungkapan *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) Terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC) Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Perusahaan Yang Terdaftar di JII).

---

<sup>5</sup>Diah Hayu Pradipta dan Anna Purwaningsih, "Pengaruh Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Perusahaan Terhadap Earning Response Coefficient (ERC), Dengan Ukuran Perusahaan Dan Leverage Sebagai Variabel Kontrol", Universitas Atma Jaya Yogyakarta (2011), h. 11.

<sup>6</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 60.

<sup>7</sup>"Jakarta Islamic Index" (On-line), tersedia di: <https://www.idx.co.id/idx-syariah/indeks-saham-syariah/> (1 mei 2020).

## B. Alasan Memilih Judul

Adapun alasan dipilihnya judul penelitian ini berdasarkan alasan secara obyektif dan subyektif adalah sebagai berikut:

### 1. Alasan Obyektif

Informasi laba merupakan salah satu bagian dari laporan keuangan yang banyak mendapat perhatian. Angka laba diperkirakan untuk memfasilitasi analisis dan investor untuk meramalkan aliran kas di masa depan dan bertransaksi dengan risiko investasi yang relatif.<sup>8</sup>

Salah satu pengukuran yang digunakan untuk mengukur reaksi investor terhadap informasi laba akuntansi adalah koefisien respon laba (*Earning Response Coefficient*). Pada dasarnya nilai ERC dapat meningkat ataupun menurun seiring dengan reaksi pasar yang ada.<sup>9</sup>

Pada saat laba mengalami penurunan laba maka harga saham tidak selalu ikut mengalami penurunan. Hal tersebut mengindikasikan bahwa dalam pengambilan keputusan ekonomi para investor memang membutuhkan informasi tentang kondisi keuangan perusahaan tetapi tidak hanya informasi laba saja tetapi banyak informasi-informasi lainnya. Nilai ERC yang mengalami penurunan seiring juga dengan penurunan perhatian orang terhadap nilai laba dan semakin

---

<sup>8</sup>Kadek Trisna Wulandari dan I Gede Ary Wirajaya, "Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Earning Response Coefficient", *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, Vol. 6 No. 3 (2014). h. 356.

<sup>9</sup>*Ibid.*

memperhatikan faktor-faktor lain di luar laba.<sup>10</sup> Faktor lainnya yang dapat mempengaruhi respon investor dalam mengambil keputusannya adalah *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR).

## 2. Alasan subjektif

Terdapat beberapa alasan subyektif pada penelitian ini, antara lain:

- a. Bagi penulis pentingnya meneliti masalah ini dikarenakan ingin mengetahui seberapa besar pengaruh pengungkapan *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC) dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderating.
- b. Pembahasan dalam skripsi ini merupakan topic yang relevan dengan spesialisasi keilmuan penulis yang di pelajari di Jurusan Perbankan Syariah.
- c. Tersedianya *literature* yang dapat menunjang penelitian ini serta terdapat data-data laporan tahunan perusahaan di Jakarta Islamic Index sehingga mempermudah penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

## C. Latar Belakang Masalah

Di Indonesia, CSR mulai banyak dibicarakan sejak tahun 2001 dimana perusahaan-perusahaan maupun instansi-instansi mulai melirik CSR sebagai suatu konsep pemberdayaan masyarakat. Praktik

---

<sup>10</sup>Ely Dazia, Dian Maulita, dan Dien Sefty Framita, "Analisis Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Laporan Tahunan Terhadap Koefisien Respon Laba Akuntansi", *JUMA Universitas Serang Raya*, h. 40.

pengungkapan CSR di Indonesia mulai berkembang seiring dengan semakin meningkatnya perhatian masyarakat global terhadap perkembangan perusahaan-perusahaan trans-nasional atau multinasional yang beroperasi di Indonesia.<sup>11</sup>

Perkembangan dunia usaha saat ini menuntut perusahaan untuk meningkatkan perhatiannya kepada lingkungan sosial. Perusahaan diharapkan tidak hanya mementingkan kepentingan manajemen dan pemilik modal saja tetapi juga mementingkan kepentingan karyawan, konsumen, masyarakat, dan lingkungannya.

Praktek pengungkapan CSR di atur oleh pemerintah dalam Undang-Undang No. 40 tahun 2007 pasal 74 ayat (1) Undang-Undang Perseroan Terbatas menyatakan perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan segala sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan.<sup>12</sup>

CSR yang merupakan bentuk pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang diperuntukkan untuk perusahaan umum. Namun seiring dengan banyaknya perusahaan syariah yang bermunculan maka solusi untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial entitas Islam yaitu *Islamic corporate social responsibility (ICSR)*.<sup>13</sup>

---

<sup>11</sup>Kadek Trisna Wulandari dan I Gede Ary Wirajaya, “Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility...”, h. 358.

<sup>12</sup>Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Pasal 74 ayat (1).

<sup>13</sup>Dian Yuni Anggraini dan Rayna Kartika “Analisis Kualitas Pengungkapan Islamic Corporate Social Responsibility Bank Umum Syariah Di Indonesia”, *Jurnal Akuntansi dan Governance Andalas*, Vol. 2 No. 1 (2019), h. 20.



Konsep ICSR sangat berkaitan dengan perusahaan-perusahaan yang menjalankan praktik bisnisnya menggunakan konsep Islam (syariah). Perusahaan memasukkan norma-norma agama Islam yang ditandai dengan adanya komitmen ketulusan dalam menjaga kontak sosial didalam operasinya. Nilai-nilai Islam memiliki hubungan yang relevan dan memiliki kontribusi terhadap konsep CSR yang telah berkembang hingga saat ini. Dengan demikian, praktek bisnis dalam kerangka ICSR mencakup serangkaian kegiatan bisnis dalam bentuknya.<sup>14</sup>

Pelaksanaan *Islamic corporate social responsibility* merupakan salah satu upaya mereduksi permasalahan-permasalahan sosial yang terjadi di masyarakat dengan mendorong produktivitas masyarakat dan menciptakan keadilan distribusi. Keadilan distribusi dalam ekonomi Islam memiliki tujuan, yakni agar kekayaan tidak menumpuk pada sebagian kecil masyarakat, tetapi selalu beredar dalam masyarakat.<sup>15</sup> Pelaksanaan ICSR tercantum dalam Al-Qur'an surat Al-Araf ayat 85:

وَإِلَىٰ مَدْيَنَ أَخَاهُمْ شُعَيْبًا ۖ قَالَ يَنْقُومِ آعْبُدُوا اللَّهَ مَا لَكُمْ مِّنْ إِلَٰهٍ غَيْرُهُ ۖ قَدْ جَاءَتْكُم بَيِّنَةٌ مِّن رَّبِّكُمْ ۖ فَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ وَلَا تَبْخُسُوا النَّاسَ أَمْشِيَاءَهُمْ وَلَا تُمْسِكُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا ۚ ذَٰلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ إِن كُنْتُمْ مُّؤْمِنِينَ ﴿٨٥﴾

Artinya: “Dan kepada penduduk Madyan, kami (utus) Syu'aib, saudara mereka sendiri. Dia berkata, “Wahai kaumku! Sembahlah Allah. Tidak

<sup>14</sup>Gustani dkk, “Model Pelaporan Kinerja Sosial Perbankan Syariah: Implementasi Islamic Social Reporting Index”, *Jurnal Akuntansi Keuangan Islam*, Vol. 2 No. 1 (2017), h. 37.

<sup>15</sup>Ruslan Abdul Ghofur Noor, *Konsep Distribusi Dalam Ekonomi Islam dan Format Keadilan Ekonomi Di Indonesia*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), h. 84.

*ada Tuhan (Sembahan) bagimu selain Dia. Sesungguhnya telah datang kepadamu bukti nyata dari Tuhanmu. Sempurnakanlah takaran dan timbangan, dan jangan kamu merugikan orang sedikit pun. Janganlah kamu berbuat kerusakan di Bumi setelah (diciptakan) dengan baik. Itulah yang lebih baik bagimu jika kamu orang beriman”.*<sup>16</sup>

Maksud ayat di atas adalah bahwa kita sebagai manusia dilarang membuat kerusakan di bumi niscaya Allah SWT akan memberikan rahmat kepada kita. Menurut Islam ICSR dilakukan harus bertujuan untuk menciptakan kebajikan yang bukan melalui aktivitas-aktivitas yang mengandung riba dan ICSR juga harus mengedepankan nilai kedermawanan dan ketulusan hati.

Perusahaan dianggap memiliki tanggung jawab kepada orang lain, termasuk masyarakat dan lingkungan, karena mereka adalah entitas yang memiliki hubungan dengan Tuhan, masyarakat, dan pemangku kepentingan. Oleh karena itu, agar mendapatkan ridho illahi, maka perusahaan harus memenuhi aturan dan peraturan Islam untuk kegiatan mereka.

Pengungkapan *Islamic corporate social responsibility* menjadi hal yang sangat penting bagi repuasi dan kinerja keuangan pada perusahaan. Karena lembaga keuangan syariah yang mengungkapkan ICSR dengan baik akan dipandang sebagai entitas yang dapat dipercaya oleh masyarakat muslim dalam menyalurkan dana mereka. Hal ini menunjukkan bahwa

---

<sup>16</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2000), h. 128.

inisiatif ICSR bisa dijadikan sebuah strategi bisnis oleh perusahaan dalam menghadapi tuntutan persaingan bisnis yang ketat.<sup>17</sup>

Kesadaran masyarakat yang semakin meningkat akan pentingnya peran perusahaan dalam lingkungan sosial menjadikan masyarakat membutuhkan informasi mengenai sejauh mana perusahaan telah melaksanakan aktivitas sosialnya.<sup>18</sup>

Informasi yang digunakan oleh *stakeholder* tidak hanya informasi keuangan dalam laporan tahunan, tetapi juga menilai informasi tanggung jawab sosial.<sup>19</sup> Kesadaran *stakeholder* akan pentingnya pembangunan berkelanjutan yang dilakukan oleh perusahaan mendorong perusahaan untuk mengungkapkan praktik-praktik atau kegiatan ICSR yang dilakukan. Semakin kuatnya tekanan *stakeholder* dalam hal pengungkapan praktik-praktik ICSR yang dilakukan oleh perusahaan menyebabkan perlunya memasukkan unsur sosial dalam pertanggungjawaban perusahaan ke dalam akuntansi.<sup>20</sup>

Para *stakeholder* mulai mempertimbangkan kegiatan ICSR perusahaan. Ini mengindikasikan bahwa *stakeholder* mengapresiasi informasi ICSR yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan.

---

<sup>17</sup>Ruslan Abdul Ghofur Noor, *Konsep Distribusi Dalam Ekonomi Islam...*, h. 85

<sup>18</sup>Nita Andriyani Budiman, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan", *JRAMB, Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, UMB Yogyakarta*, Vol. 1 No. 1 (2015), h. 15.

<sup>19</sup>Erny Dwi Jayanti, "Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Terhadap Earning Response Coefficient (ERC)", *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, Vol. 1 No. 2 (2012), h. 1-2.

<sup>20</sup>Vinta Paulinda Awuy, Yosefa Sayeti, dan Indah Purnamawati, "Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Earnings Response Coefficient (ERC)", *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 18 No. 1 (Mei 2016), h. 15.

Pertimbangan perusahaan tersebut akan mempengaruhi respon pasar terhadap laba perusahaan (ERC).<sup>21</sup>

Dalam pengambilan keputusan investasi di pasar modal *stakeholder* mempertimbangkan banyak hal dan membutuhkan informasi untuk mengambil keputusan. Informasi yang dibutuhkan tersebut bisa dilihat dari laporan keuangan. Salah satu informasi dalam laporan keuangan yang digunakan *stakeholder* dalam pengambilan keputusan adalah informasi laba akuntansi.<sup>22</sup>

Teori *stakeholder* menunjukkan bahwa kelangsungan hidup organisasi dan keberhasilan bertumpu pada memuaskan baik tujuan ekonomi (misal memaksimalkan laba) dan non-ekonomi (misal kinerja sosial perusahaan) dengan memenuhi kebutuhan berbagai pemangku kepentingan perusahaan. Eksistensi perusahaan ditentukan oleh para *stakeholder*. Semakin kuat posisi *stakeholder*, semakin kuat pula kecenderungan perusahaan untuk mengadaptasikan dirinya sesuai dengan keinginan *stakeholder*.<sup>23</sup>

*Stakeholder* merespon secara berbeda terhadap informasi laba akuntansi sesuai dengan kredibilitas atau kualitas informasi laba akuntansi

---

<sup>21</sup>Sem Paulus Silalahi, "Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure, Beta, Dan Price To Book Value (PBV) Terhadap Earnings Response Coefficient (ERC)", *Jurnal Ekonomi*, Vol. 22 No. 1 (Maret 2014), h. 2.

<sup>22</sup>Laila Fitri, "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kesempatan Bertumbuh, Dan Profitabilitas Terhadap Earnings Response Coefficient", (Universitas Negeri Padang, 2013), h. 2.

<sup>23</sup>Dessy Arta Nugraha dan Juniarti, "Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Respon Investor Pada Sektor Industry Pertambangan", *Business Accounting Review*, Vol. 8 No. 1, (2015), h. 134.



tersebut. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa laba yang dihasilkan perusahaan memiliki kekuatan respon (*power of response*).<sup>24</sup>

Respon pasar terhadap informasi laba dapat dilihat dari besarnya *Earnings Response Coefficient* (ERC). ERC didefinisikan koefisien yang mengukur respon harga saham atau nilai pasar ekuitas terhadap informasi yang terkandung dalam laba akuntansi.<sup>25</sup> ERC merupakan ukuran tentang besarnya *return* pasar sekuritas sebagai komponen laba tidak terduga yang dilaporkan perusahaan penerbit saham. Laba yang dipublikasikan dapat memberikan informasi yang bervariasi, yang menunjukkan adanya reaksi pasar terhadap informasi laba. Reaksi yang diberikan tergantung kualitas laba yang dihasilkan oleh perusahaan.

Kuatnya reaksi pasar terhadap informasi laba yang tercermin dari tingginya nilai ERC, menunjukkan bahwa pasar menilai laba yang dilaporkan memiliki kualitas yang baik. Demikian sebaliknya, lemahnya reaksi pasar terhadap informasi laba yang tercermin dari rendahnya nilai ERC, menunjukkan bahwa pasar menilai laba yang dilaporkan memiliki kualitas yang kurang baik.<sup>26</sup>

Hubungan *Islamic corporate social responsibility* tidak selalu mempengaruhi langsung terhadap *earning response coefficient* yang membuat penelitian ini membutuhkan satu variabel moderating

---

<sup>24</sup>Ely Dazia, Dian Maulita, dan Dien Sefty Framita, “Analisis Pengungkapan Corporate Social Responsibility...”, h. 41.

<sup>25</sup>*Ibid.*

<sup>26</sup>Razi Nur Arif, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Earnings Response Coefficient (ERC) Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Periode 2011-2015)”, Skripsi Studi Manajemen UIN Syarif Hidayatullah, (2016), h. 8.

(memperkuat atau memperlemah). Variabel moderating yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan. Hubungan *Islamic corporate social responsibility* dan *earning response coefficient* akan semakin baik (kuat) jika mempunyai ukuran perusahaan. Atau bahkan dapat memperlemah dari kedua variabel tersebut.

Pada dasarnya ukuran perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil. Perusahaan yang lebih besar mungkin akan memiliki pemegang saham yang memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan dalam laporan tahunan, yang merupakan media untuk menyebarkan informasi tentang tanggung jawab sosial lingkungan perusahaan. Banyaknya informasi yang diungkapkan perusahaan akan mempengaruhi reaksi pasar terhadap pengumuman laba perusahaan.<sup>27</sup>

Menurut penelitian Kadek Trisna Wulandari dan I Gede Ary Wirajaya menyimpulkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *earning response coefficient*. Hal ini disebabkan karena rendahnya keyakinan investor terhadap informasi CSR yang diungkapkan perusahaan dan jumlah informasi CSR yang diungkapkan perusahaan relatif sedikit.<sup>28</sup>

Penelitian Mitha Dwi Restuti dan Cecilia Nathaniel juga menyimpulkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* tidak

---

<sup>27</sup>Diah Hayu Pradipta dan Anna Purwaningsih, "Pengaruh Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial...", h. 12.

<sup>28</sup>Kadek Trisna Wulandari dan I Gede Ary Wirajaya, "Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility...", h. 355.

berpengaruh terhadap *earning response coefficient*. Hal ini dikatakan bahwa investor belum memperhatikan informasi-informasi sosial yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan sebagai informasi yang dapat mempengaruhi investor dalam mengambil keputusan investasi.<sup>29</sup>

Berbeda dengan penelitian Rulfah M. Daud dan Nur Afni Syarifuddin menyimpulkan bahwa secara parsial *corporate social responsibility disclosure* berpengaruh positif terhadap *earning response coefficient*. Yang berarti jika *corporate social responsibility* diungkapkan perusahaan, maka akan meningkatkan *earning response coefficient*.<sup>30</sup>

Serta penelitian Muhammad Nurkholis dan Carmel Meiden yang juga menyatakan bahwa hipotesis yang diajukan berupa pengungkapan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunan perusahaan berpengaruh negatif terhadap koefisien laba akuntansi. Namun hasil dari penelitian ini justru menunjukkan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial berpengaruh positif terhadap koefisien respon laba.<sup>31</sup>

Dari perbedaan pendapat tersebut penulis tertarik melakukan penelitian kembali dengan wilayah objek penelitian berbeda yakni perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) dan menggunakan periode penelitian yang berbeda.

---

<sup>29</sup>Mitha Dwi Restuti dan Cecilia Nathaniel, "Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Earning Response Coefficient", *Jurnal Dinamika Manajemen*, Vol. 3 No.1 (2012), h. 47.

<sup>30</sup>Rulfah M. Daud dan Nur Afni Syarifuddin, "Pengaruh Corporate Social Responsibility Disclosure, Timeliness, Dan Debt To Equity Ratio Terhadap Earning Response Coefficient", *Jurnal Telaah & Riset Akuntansi*, Vol. 1 No. 1 Januari (2008), h. 96.

<sup>31</sup>Muhammad Nurkholis dan Carmel Meiden, "Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Terhadap Koefisien Respon Laba", *Jurnal Akuntansi*, Vol. 7 No. 1 Februari (2018), h. 17.

Alasan penulis memilih Jakarta Islamic Index (JII) sebagai objek penelitian karena Jakarta Islamic Index (JII) merupakan saham-saham dengan prinsip syariah yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Jakarta Islamic index (JII) juga bisa menjadi pemandu bagi investor yang ingin menanamkan dananya secara syariah tanpa takut tercampur dengan dana ribawi. Mekanisme pasar modal perusahaan-perusahaan yang terdaftar pada Jakarta Islamic Index adalah emiten-emiten yang tidak bertentangan dengan ajaran Islam dalam segi semua aspek kinerja perusahaan.

Dari pemaparan tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Pengungkapan *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) Terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC) Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Perusahaan yang Terdaftar di JII)"**.

#### **D. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, dapat diklasifikasikan permasalahan-permasalahan sebagai berikut:

1. Perbedaan reaksi *stakeholder* dalam menangkap informasi yang diberikan oleh perusahaan.
2. Permasalahan-permasalahan sosial yang terjadi di masyarakat yang dihadapi oleh perusahaan dapat berupa masalah polusi, limbah, keamanan produk dan tenaga kerja.



3. Lemahnya reaksi pasar terhadap informasi laba yang tercermin dari rendahnya nilai ERC, menunjukkan bahwa pasar menilai laba yang dilaporkan memiliki kualitas yang kurang baik.
4. Ketertarikan *stakeholder* tidak hanya pada laba yang tinggi melainkan berkelanjutan (*persisten*).

#### **E. Batasan Masalah**

Batasan masalah dalam penelitian ini digunakan untuk memfokuskan pembahasan sehingga terarah dan tidak meluas, dengan batasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini membahas pengaruh *Islamic corporate sosial responsibility* (ICSR) terhadap *earning response coefficient* (ERC) dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderating perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII).
2. Penelitian dilakukan pada perusahaan yang secara berturut-turut terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) pada tahun 2014-2018.

#### **F. Rumusan Masalah**

Dalam rangka memfokuskan pembahasan, maka penulis merumuskan hal yang perlu dikemukakan, adapun masalah yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh pengungkapan *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC)?

2. Bagaimana ukuran perusahaan memoderasi pengaruh pengungkapan *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC)?

### **G. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan skripsi ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh pengungkapan *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC).
2. Untuk mengetahui apakah ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh pengungkapan *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC)

### **H. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, baik secara teoritis maupun secara praktis. Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
  - a. Hasil penelitian ini di harapkan bisa berguna dan memberikan sumbangan bagi pengembangan ilmu pengetahuan tentang kajian sebagai salah satu bagian dari ilmu ekonomi.
  - b. Penelitian ini juga di harapkan dapat dijadikan sebagai tinjauan yang memberikan informasi dan pemahaman mengenai pengaruh pengungkapan *Islamic corporate social responsibility* (ICSR) terhadap *earning response coefficient* (ERC) dengan ukuran

perusahaan sebagai variabel moderating yang dapat membantu pengambilan kebijakan oleh pihak yang berkepentingan.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi penulis

- 1) Untuk menambah wawasan serta pengetahuan bagi peneliti yang lebih mendalam tentang pengaruh pengungkapan *Islamic corporate social responsibility* (ICSR) terhadap *earning response coefficient* (ERC) dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderating.
- 2) Dapat dijadikan sebagai media pengaplikasian dari ilmu pengetahuan yang penulis peroleh selama perkuliahan serta menambah pengalaman dalam penelitian.

### b. Bagi Akademisi

- 1) Hasil penelitian ini diharapkan dapat mendukung penelitian selanjutnya yang nantinya akan mengambil permasalahan yang serupa.
- 2) Hasil penelitian ini dapat menambah *literature* yang dapat dijadikan bahan referensi bagi mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

### c. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada manajemen perusahaan mengenai pengaruh pengungkapan *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR)

terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC), sehingga perusahaan dapat menentukan kebijakan secara tepat untuk melakukan kegiatan berinvestasi.



## BAB II LANDASAN TEORI

### A. Kajian Teori

#### 1. Teori Dasar

##### a. Teori sinyal

Teori pensinyalan mengindikasikan bahwa pelaporan keuangan oleh emiten merupakan suatu sinyal yang dapat mempengaruhi nilai saham mereka. Dalam pasar modal, pelaku pasar melakukan keputusan ekonomi dengan dasar informasi publikasi, pengumuman dan konferensi pers.<sup>32</sup> Adanya sinyal dari perusahaan menyebabkan investor melakukan tindakan dan menentukan antisipasi yang tepat. Apabila perusahaan menyampaikan informasi ke pasar, umumnya pasar akan merespon sebagai suatu sinyal terhadap adanya suatu peristiwa tertentu yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan yang nantinya akan berpengaruh pada nilai saham perusahaan.

Teori sinyal menekankan kepada pentingnya informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan terhadap keputusan investasi pihak di luar perusahaan. Informasi merupakan catatan penting suatu perusahaan baik di masa lalu, saat ini maupun di masa yang akan datang. Teori sinyal menunjukkan adanya asimetris informasi antara manajemen perusahaan dan pihak-pihak yang

---

<sup>32</sup>Jaswadi, Dampak Earning Reporting Lags Terhadap Koefisien Respon Laba. *Symposium Nasional Akuntansi VI*, Surabaya. 2003.



berkepentingan dengan informasi tersebut dan mengemukakan tentang bagaimana perusahaan memberikan sinyal-sinyal kepada pengguna laporan keuangan.<sup>33</sup>

Jama'an menyatakan bahwa teori sinyal mengemukakan tentang bagaimana sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Sinyal ini berupa informasi mengenai apa yang telah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik. Contoh penyampaian informasi melalui signaling yaitu pencapaian informasi laba yang diukur dengan koefisien respon laba atau *earning response coefficient* (ERC) dan informasi-informasi dalam laporan tahunan perusahaan khususnya informasi mengenai pengungkapan CSR yang diharapkan dapat memberikan informasi mengenai prospek perusahaan dimasa depan pada investor.<sup>34</sup>

Sinyal berupa pengungkapan laba akuntansi oleh perusahaan merupakan cara manajemen dalam mengkomunikasikan kinerja perusahaan dalam jangka pendek. Untuk mengukur reaksi investor terhadap pengumuman laba akuntansi digunakan koefisien respon laba atau *earning response coefficient* (ERC). Laba yang berkualitas adalah laba yang tidak menimbulkan gangguan persepsi dan mencerminkan kinerja

---

<sup>33</sup>Desra Tulhasanah S, Nikmah, Pengaruh Corporate Social Esponsibility Disclosure (CSR) Terhadap Rasio Profitabilitas Dan Earning Response Coefficient (ERC), *Jurnal Akuntansi*, Vol. 7, No. 3 Oktober (2017), h. 23.

<sup>34</sup>*Ibid.*

keuangan yang sebenarnya tanpa rekayasa. Laba yang tinggi merupakan kabar baik bagi investor. Tetapi, laba yang tinggi tidak cukup untuk memprediksi prospek perusahaan di masa depan sehingga akan dibutuhkan informasi lain yang dapat dipertimbangkan sebagai acuan, misalnya informasi CSR.<sup>35</sup>

## 2. *Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)*

### a. *Pengertian Islamic Corporate Social Responsibility*

CSR (*Corporate Social Responsibility*) adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh perusahaan (sesuai kemampuan perusahaan tersebut) sebagai bentuk tanggung jawab mereka terhadap sosial/lingkungan yang berada disekitar perusahaan.<sup>36</sup>

Pengungkapan CSR merupakan media untuk menjalin komunikasi yang baik dengan *stakeholders* bahwa perusahaan telah mengungkapkan CSR. Melalui pengungkapan CSR, perusahaan bisa memperoleh legitimasi sosial sehingga perusahaan dapat memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang melalui respon positif masyarakat kepada para pelaku pasar saham.<sup>37</sup>

*Islamic Corporate Sosial Responsibility* merupakan sebuah konsep *Corporate Sosial Responsibility* Islami yang

---

<sup>35</sup>*Ibid.*

<sup>36</sup>Nurdizal M. Rachman, Asep Efendi, Emir Wicaksana, *Panduan Lengkap Perencanaan CSR*, (Jakarta: Penerbit Swadaya, 2011), h. 16-17.

<sup>37</sup>Gusti Ayu Dyah Indraswati dan Ida Bagus Putra Astika, "Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Kepemilikan Saham Publik Terhadap Pengungkapan CSR", *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, Vol. 11 No. 1 (2015), h. 290-291.

dikembangkan dari *Corporate Sosial Responsibility* konvensional, dan merupakan kewajiban perusahaan untuk mempertimbangkan kepentingan pengguna, pekerja, pemegang saham, masyarakat, alam sekitar dalam seluruh aspek operasionalnya.<sup>38</sup>

*Islamic Corporate Social Responsibility* merupakan konsep tanggung jawab sosial perusahaan yang berdimensi ekonomi Islam, legal Islam, etika Islam dan filantropi Islam berdasarkan nilai-nilai keislaman yang ada pada Al-Qur'an dan hadits.<sup>39</sup> Pertama, hubungan tanggung jawab kepada Allah SWT. Kedua hubungan tanggung jawab terhadap sesama manusia (karyawan) dan ketiga tanggung jawab terhadap alam sekitarnya. Ketiga bentuk tanggung jawab ini tidak boleh dipisahkan satu sama lainnya dalam pelaksanaan ICSR.

*Corporate Social Responsibility* dalam perspektif Ekonomi Islam mengatakan bahwa CSR adalah konsekuensi *inherent* dari ajaran Islam itu sendiri. Tujuan dari syariah adalah masalah sehingga bisnis adalah upaya untuk menciptakan masalah, bukan sekedar mencari keuntungan. Bisnis dalam Islam memiliki posisi yang sangat mulia sekaligus strategi karena bukan sekedar diperbolehkan di dalam Islam melainkan justru diperintahkan

---

<sup>38</sup>Muhammad Yasir Yusuf, *Islamic Islamic Corporate Social Responsibility (I-CSR) Pada Lembaga Keuangan Syariah (LKS)*, (Jakarta: Pranada Media Group, 2017), h. 51.

<sup>39</sup>Gustika Nurmalia dan Yudhistira Ardhana, "Analisis Pelaporan Zakat, ICSR, Dewan Pengawas Syariah Dan Leverage Dalam Mengungkapkan Kinerja Bank Umum Syariah Di Indonesia", *Cakrawala: Jurnal Studi Islam*, Vol. 14 No. 2 (2019), h. 115.

oleh Allah dalam Al-Qur'an.<sup>40</sup> Sebagaimana dijelaskan di dalam Al-Qur'an Q.S Al-Baqarah ayat 148:

وَلِكُلِّ وِجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيهَا ۖ فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ ۚ أَيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمُ اللَّهُ جَمِيعًا ۚ إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ ﴿١٤٨﴾

Artinya: “Dan setiap umat mempunyai kiblat yang menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah kamu dalam kebaikan. Di mana saja kamu berada, pasti Allah akan mengumpulkan kamu semuanya. Sungguh, Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu.”<sup>41</sup>

CSR dalam perspektif Islam Menurut *Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institution* (AAOIFI) yaitu segala kegiatan yang dilakukan institusi financial Islam untuk memenuhi kepentingan religius, ekonomi, hukum, etika, dan *discretionary responsibilities* sebagai *financial intermediary* baik bagi individu maupun institusi.<sup>42</sup>

Perbedaan pengungkapan *corporate social responsibility* dengan *Islamic corporate social responsibility*, yaitu apabila *corporate social responsibility* hanya sebatas tanggung jawab sosial perusahaan terhadap *stakeholder* dan masyarakat saja, tetapi di dalam *Islamic corporate social responsibility* menjadikan Allah sebagai tanggung jawab utamanya selain masyarakat dan *stakeholder*.

<sup>40</sup>Nikmatul Masruroh, Faikatul Ummah, “Upaya Pengembangan Corporate Social Responsibility Perspektif Ekonomi Islam”, Vol. 4 No. 1 (Juni 2018), h. 49.

<sup>41</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya...*, h. 17.

<sup>42</sup>Naning fatmawati, “Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Akuntansi Sosial Ekonomi Ditinjau Dari Syariah”, *Jurnal EQUILIBRIUM*, Vol. 3 No. 2 (Desember 2015), h. 233.

Berikut merupakan daftar ICSR yang diungkapkan oleh perusahaan:<sup>43</sup>

**Tabel 1**  
**Daftar ICSR yang diungkapkan oleh perusahaan**

No.	Pokok-pokok Pengungkapan	Poin
<b>A</b>	<b>Pembiayaan dan Investasi</b>	
1	Kegiatan yang mengandung riba (beban bunga dan pendapatan bunga)	1
2	Pengungkapan kegiatan yang mengandung gharar atau tidak (hedging, future non delivery trading/margin trading, arbitrage baik spot maupun forward, short selling, pure swap, warrant, dan lain-lain)	1
3	zakat	1
<b>B</b>	<b>Produk dan Jasa</b>	
4	Produk atau kegiatan operasi ramah lingkungan	1
5	Kehalalan produk	1
6	Pelayanan pelanggan	1
<b>C</b>	<b>Karyawan</b>	
7	Jam Kerja	1
8	Hari libur dan cuti	1
9	Tunjangan	1
10	Remunerasi	1
11	Pendidikan dan pelatihan kerja (pengembangan sumber daya manusia)	1
12	Kesetaraan hak antara pria dan wanita	1
13	Kesehatan dan keselamatan kerja	
<b>D</b>	<b>Masyarakat</b>	
14	Wakaf	1
15	Pemberian beasiswa sekolah	1
16	Peningkatan kualitas hidup masyarakat miskin	1
17	Kepedulian terhadap anak-anak	1
18	Kegiatan amal atau kegiatan sosial (bantuan bencana alam, donor darah, sunatan massal, pembangunan infrastruktur, dan lain-lain)	1
19	Menyokong kegiatan-kegiatan kesehatan, hiburan, olahraga, budaya, pendidikan, dan keagamaan.	1
<b>E</b>	<b>Lingkungan</b>	
20	Konservasi lingkungan	1
21	Kegiatan mengurangi efek terhadap pemanasan global (minimalisasi polusi, pengelolaan limbah, pengelolaan air bersih, dan lain-lain)	1

<sup>43</sup>Novrizal, Muhammad Fajrul dan Meutia Fitri, "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan CSR pada Perusahaan yang Terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) tahun 2012-2015 dengan Menggunakan ISR Index sebagai tolak Ukur", *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi*, Vol. 1 No. 2 (2016), h. 3.



22	Pendidikan mengenai lingkungan	1
<b>F</b>	<b>Tata Kelola Perusahaan</b>	
23	Status kepatuhan terhadap syariah	1
24	struktur kepemilikan saham	
25	Profil dewan direksi	1
26	Pengungkapan melakukan praktik monopoli usaha atau tidak	1
27	Pengungkapan melakukan praktik manipulasi harga atau tidak	1
28	Kebijakan anti korupsi (code of conduct, whistleblowing system, dan lain-lain)	1
Total		28

b. Manfaat *Islamic Corporate Social Responsibility*

Komitmen dan keseriusan korporasi untuk menerapkan nilai-nilai CSR dalam formulasi startegi, kebijakan dan tindakan bisnis secara berkelanjutan justru akan menguntungkan korporasi di masa depan. Manfaat yang diperoleh perusahaan yang melaksanakan adalah sebagai berikut:<sup>44</sup>

- 1) Mampu bertahan dan meningkatkan *prestise* dan citra merek perusahaan.
- 2) Memperoleh kelayakan izin beroperasi secara sosial.
- 3) Menurunkan risiko bisnis.
- 4) Meluaskan jalan menuju sumber daya yang diperlukan perusahaan.
- 5) Membuka jalan menuju peluang pasar yang terbuka lebar.
- 6) Menurunkan biaya produksi.
- 7) Menjaga hubungan dengan *stakeholders*.
- 8) Menjaga hubungan dengan regulator.
- 9) Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan.

<sup>44</sup>Yusuf Wibisono, *Membedah Konsep & Aplikasi Corporate Social Responsibility (CSR)*, (Gresik: Fascho Publishing, 2017), h. 79.

10) Peluang mendapat penghargaan.

c. Tema pengungkapan *Islamic Corporate Social Responsibility*

ICSR memiliki tema pengungkapan yaitu terdiri dari enam tema antara lain:<sup>45</sup>

1) Pendanaan dan Investasi (*Finance & Investment*)

Item yang termasuk dalam indikator investasi dan keuangan adalah mengenai sumber dana untuk aktivitas investasi dan pembiayaan yang terbebas dari unsur riba, gharar, dan transaksi yang diharamkan oleh Islam, serta item mengenai kebijakan organisasi untuk menangani nasabah yang bermasalah.

2) Produk dan jasa

Item ISR yang mengenai produk dan jasa menyangkut masalah lingkungan yang merupakan pengungkapan terhadap adanya keluhan dari nasabah.

3) Karyawan

Pada indeks ISR item-item indikator ini tetap menekankan pada prinsip-prinsip Islam yang meliputi karakteristik pekerja, pendidikan dan pelatihan dan persamaan kesempatan.

---

<sup>45</sup> Apip Zanariyatim, Ali Nur Bayinah dan Oni Sahroni, "Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Bank Umum Syariah Berdasarkan Islamic Social Reporting Index (Indeks ISR)", *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam*, Vol. 4 No. 1 (2016), h. 90.

#### 4) Masyarakat

Item masyarakat ini merupakan item yang sangat erat hubungannya dengan konsep tanggung jawab sosial. Item ini difokuskan pada pengungkapan yang terkait dengan prinsip-prinsip Islam seperti sedekah, waqaf, qard hassan, serta kegiatan amal lainnya.

#### 5) Lingkungan

Item ini berkaitan dalam menekankan pada prinsip keseimbangan, kesederhanaan, dan tanggung jawab dalam menjaga lingkungan.

#### 6) Tata Kelola Organisasi

Tata kelola organisasi merupakan item yang terakhir dalam pengungkapan indeks ISR yang merupakan seluruh pengungkapan yang terkait dengan adanya transaksi haram.

#### d. Tujuan Pengungkapan *Islamic Corporate Social Responsibility*

Mengemukakan tujuan dari pengungkapan sosial perusahaan sebagai berikut:<sup>46</sup>

- 1) Mengidentifikasi dan mengukur kontribusi sosial perusahaan tiap periode, yang tidak hanya berupa internalisasi sosial *cost* dan sosial *benefit*, tetapi juga pengaruh eksternalisasi tersebut terhadap kelompok sosial yang berbeda.

---

<sup>46</sup>Andy Porman T, *Menilai Harga Saham*, (Jakarta: PT Alex Komputindo, 2007), h. 147.

- 2) Untuk membantu menentukan apakah strategi dan praktik perusahaan secara langsung mempengaruhi sumber daya dan status kekuatan ada individu, masyarakat, kelompok sosial dan generasi yang konsisten dengan prioritas sosial di satu sisi dengan apresiasi individu di pihak lain.
- 3) Untuk menyediakan secara optimal informasi-informasi yang relevan dengan unsur sosial dalam tujuan, kebijakan, program, kinerja dan sumbangan perusahaan terhadap tujuan sosial.
- 4) Untuk meningkatkan keunggulan daya saing perusahaan dalam globalisasi dan atau perdagangan bebas.

### 3. *Islamic Social Reporting*

Kerangka pelaporan tanggung jawab sosial yang turut memperhatikan sisi spiritual hadir dalam bentuk indeks *Islamic Social Reporting*. ISR merupakan perluasan dari kerangka pelaporan konvensional yang tidak hanya berisikan aspek material, moral, ataupun sosial saja, namun juga memperhatikan bentuk produk jasa yang ditawarkan oleh sebuah perusahaan.<sup>47</sup>

*Islamic Sosial Reporting Index* merupakan standar yang dikeluarkan oleh AAOIFI (*Accounting and Auditing Organization For Islamic Financial Institution*). Indeks ISR merupakan dari *Sosial Reporting* yang meliputi harapan masyarakat tidak hanya mengenai

---

<sup>47</sup>Gustani, dkk, "Model Pelaporan Kinerja Sosial Perbankan Syariah...", h. 38.

peran perusahaan dalam perekonomian, tetapi juga peran perusahaan dalam perspektif spiritual.<sup>48</sup>

Untuk menentukan indeks ISR yaitu dengan *content* analisis pada laporan tahunan perusahaan dengan memberikan tanda checklist pada setiap item yang mengungkapkan tanggung jawab sosial. Jika terdapat satu item yang diungkapkan maka mendapat skor “1” dan jika tidak diungkapkan maka mendapatkan skor “0”.

Indeks ISR mempunyai enam tema pengungkapan yakni tema pendanaan investasi, tema produk dan jasa, tema karyawan, tema masyarakat, tema lingkungan hidup dan tema kelola perusahaan.<sup>49</sup>

#### 4. *Earning Response Coefficient*

*Earning Response Coefficient* (ERC) adalah mengukur seberapa besar return saham dalam merespon angka laba yang dilaporkan oleh perusahaan yang mengeluarkan sekuritas tersebut. ERC merupakan salah satu bentuk pengujian terhadap kandungan informasi laba. Bila angka laba mengandung informasi, pasar akan bereaksi terhadap pengumuman laba. Pada saat diumumkan, pasar telah mempunyai harapan tentang berapa besarnya laba perusahaan atas dasar informasi yang tersedia secara publik. Dengan kata lain *earning response*

<sup>48</sup> *Ibid.*

<sup>49</sup> Apip Zanariyatim, Nur Bayinah dan Oni Sahroni, “Pengungkapan Corporate Social Responsibility...”, h. 91.



*coefficient* (ERC) adalah reaksi laba yang diumumkan (*published*) oleh perusahaan.<sup>50</sup>

Reaksi ini mencerminkan kualitas dari laba yang dilaporkan oleh perusahaan. Dan tinggi rendahnya *earning response coefficient* (ERC) sangat ditentukan kekuatan responsif yang tercermin dari informasi (*good/bad news*) yang terkandung di dalam laba.<sup>51</sup>

Tingginya nilai ERC menunjukkan bahwa laba mampu memberikan informasi bagi investor dalam mengambil keputusan ekonomi. Sebaliknya, rendahnya ERC menunjukkan laba kurang informatif bagi investor untuk membuat keputusan ekonomi. Kekuatan respon investor terhadap sinyal informasi laba (ERC) merupakan fungsi dari ketidakpastian di masa mendatang.<sup>52</sup>

Dasar pemikiran ERC adalah bahwa investor memiliki perhitungan ekspektasi laba jauh hari sebelum laporan keuangan dikeluarkan. Periode peramalan laba dapat mencapai satu tahun sebelum diumumkan angka laba perusahaan.<sup>53</sup>

## 5. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara

---

<sup>50</sup>Ratna Wijaya Daniar Parawita dan Ery Hidayanti, "Pengaruh Earning Response Coefficient (ERC) Terhadap Harga Saham", *Jurnal Wiga*, Vol. 3 No. 1 (Maret 2013), h. 15.

<sup>51</sup>*Ibid*, h. 16.

<sup>52</sup>Rulfah M.Daud dan Nur Afni Syarifuddin, "Pengaruh Corporate Social Responsibility...", h. 86.

<sup>53</sup>Maisil Delvira dan Nelvirita, "Pengaruh Risiko Sistematis, Leverage Dan Persistensi Terhadap Earnings Response Coefficient (ERC)", *Jurnal WRA*, Vol. 1 No. 1 (April 2013), h. 133.

antara lain dengan ukuran pendapatan, total aset dan total modal. Ukuran perusahaan merupakan proksi dari keinformatifan harga. Semakin besar suatu perusahaan maka semakin banyak informasi publik yang tersedia mengenai perusahaan tersebut.<sup>54</sup>

Menurut keputusan BAPEPAM Nomor 9 Tahun 1995 berdasarkan, berdasarkan ukuran perusahaan dapat digolongkan atas dua kelompok yaitu perusahaan menengah/kecil dan perusahaan besar/besar.<sup>55</sup>

Ukuran perusahaan menunjukkan jumlah pengalaman dan kemampuan tumbuhnya suatu perusahaan yang mengindikasikan kemampuan dan tingkat risiko dalam mengelola investasi yang diberikan para *stakeholder* untuk meningkatkan kemakmuran mereka. Besar kecilnya perusahaan ditunjukkan dari ukuran aktiva perusahaan tersebut. Perusahaan yang memiliki total aktiva besar menunjukkan bahwa perusahaan mempunyai prospek yang baik dalam jangka waktu yang relatif lama, diprediksi relatif lebih stabil dan lebih mampu menghasilkan laba dibandingkan perusahaan kecil. Jika prospek perusahaan baik karena lebih mampu menghasilkan laba maka akan dapat menarik investor untuk menurunkan dananya pada perusahaan tersebut.<sup>56</sup>

---

<sup>54</sup>Laila Fitri, "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kesempatan Bertumbuh, Dan Profitabilitas...", h. 3.

<sup>55</sup>*Ibid.*

<sup>56</sup>Maisil Delvira dan Nelvirita, "Pengaruh Risiko Sistematis, Leverage...", h. 134.

## B. Tinjauan Pustaka

Adapun hasil penelitian terdahulu yang menjadi landasan dalam penelitian ini adalah

1. **Kadek Trisna Wulandari dan I Gede Ary Wirajaya** penelitian tahun 2014 dengan judul “Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap *Earning Response Coefficient*”. Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi respon pasar terhadap informasi laba, yang diukur dengan *earning response coefficient*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode analisis regresi linear berganda dengan model interaksi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap *earning response coefficient* (ERC). Hal ini disebabkan oleh rendahnya keyakinan investor terhadap informasi CSR yang diungkapkan perusahaan dan jumlah informasi CSR yang diungkapkan perusahaan relatif kecil.<sup>57</sup>

2. **Gusti Ayu Putu Sintya Aryani dan Eka Ardhani Sisdyani** Penelitian tahun 2016 dengan judul “Profitabilitas Pada *Earnings Response Coefficient* Dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Pemoderasi”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas pada *earnings response*

---

<sup>57</sup>Kadek Trisna Wulandari dan I Gede Ary Wirajaya, “Pengaruh Pengungkapan Corporate...”,h. 367.

*coefficient* dengan menambahkan pengungkapan *corporate social responsibility* sebagai variabel moderasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode dokumentasi dengan teknik analisis menggunakan *medored regression analysis*. Berdasarkan analisis didapatkan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh positif pada *earnings response coefficient*, namun pengungkapan *corporate social responsibility* tidak mampu memoderasi pengaruh profitabilitas pada *earnings response coefficient*. Hasil ini mengindikasikan bahwa investor pada perusahaan pertambangan dalam mengambil keputusan investasi lebih memperhatikan profitabilitas dibandingkan dengan pengungkapan *corporate social responsibility*.<sup>58</sup>

3. **Naila Nuur Hidayati dan Sri Murni** penelitian tahun 2009 dengan judul “Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap *Earnings Response Coefficient* Pada Perusahaan High Profile”. Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan secara empiris apakah pengungkapan informasi CSR dapat menyebabkan *value relevance* laba menjadi lebih rendah. Hasil analisis menunjukkan bahwa bahwa informasi CSR berpengaruh negatif terhadap *value relevance* laba. Artinya adanya informasi CSR yang menyebabkan *value relevance* menurun. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan bagi investor bahwa informasi CSR dapat

---

<sup>58</sup>Gusti Ayu Putu Sintya Aryani dan Eka Ardhani Sisdyani, “Profitabilitas Pada Earning Response Coefficient Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi”, *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, Vol. 15 No. 1(2016), h. 171.

dijadikan sebagai salah satu masukan dalam mengambil keputusan investasi.<sup>59</sup>

4. **David Marciano Ricardo dan Faisal** penelitian tahun 2015 dengan judul “Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Praktik Manajemen Laba”. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan bukti empiris dan mengetahui apakah praktik pengungkapan CSR akan mengurangi perilaku manajemen laba perusahaan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR memiliki pengaruh signifikan terhadap manajemen laba dengan arah negatif pada model pertama. Ukuran perusahaan tidak dapat memoderasi pengaruh CSR terhadap manajemen laba. Profitabilitas dapat memoderasi pengaruh CSR terhadap manajemen laba. Dan *leverage* tidak dapat memoderasi pengaruh CSR terhadap manajemen laba.<sup>60</sup>

5. **Budi Gautama Siregar** penelitian tahun 2018 dengan judul “Analisis Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (Ekonomi, Lingkungan dan Sosial) Terhadap *Earning Response Coefficient*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *corporate social responsibility* (ekonomi, lingkungan dan sosial) terhadap

---

<sup>59</sup>Naila Nuur Hidayati dan Sri Murni, “Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Earnings Response Coefficient Pada Perusahaan High Profile”, *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 11 No. 1 (April 2009), h. 14.

<sup>60</sup>David Marciano Ricardo dan Faisal, “Pengaruh Pengungkapan Corporate Sosial Responsibility Terhadap Praktik Manajemen Laba”, *Diponegoro journal of Accounting*, Vol. 4 No. 3 (2015), h. 7.



*earning response coefficient* (ERC). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah model analisis SEM (*Structural Equation Modeling*) dimana teknik statistik tersebut mampu menganalisis pola hubungan antara konstruksi *laten* dan *indicator*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* yang diukur dengan ekonomi dan lingkungan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *earning response coefficient* sedangkan CSR yang diukur dengan sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap ERC.<sup>61</sup>

6. **Sistya Rahmawati** penelitian tahun 2016 dengan judul “Pengaruh Pengungkapan Sukarela Dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Koefisien Respon Laba” penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengungkapan sukarela dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap koefisien respon laba dengan komite audit dan kualitas audit sebagai variabel moderasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis data panel. Hasil penelitian pada model tanpa memasukkan variabel moderasi menunjukkan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terbukti memiliki pengaruh pada koefisien respon laba. Sedangkan pengungkapan sukarela dan variabel kontrol tidak memiliki pengaruh koefisien respon laba. Pada model pengujian dengan memasukkan variabel moderasi yang diproksi dengan kualitas

---

<sup>61</sup>Budi Gautama Siregar, “Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility (Ekonomi, Lingkungan dan Sosial) Terhadap Earning Response Coefficient”, *At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam*, Vol. 4 No. 1 (Januari-Juni 2018), h. 109.

audit dan komite audit menunjukkan hasil bahwa semua variabel tidak signifikan.<sup>62</sup>

7. **Inung Wijayanti, Rizal Mawardi, Jasman, Amri Baso Halim,** penelitian tahun 2020 dengan judul “*The Effect of Corporate Social Responsibility Disclosure, Leverage, Firm Size, and Profitability Toward Earnings Response Coefficient*”, Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, leverage, ukuran perusahaan, dan profitabilitas terhadap *Earnings Response Coefficient*. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun 2013-2017 yang berjumlah 45 perusahaan dengan periode lima tahun. Jadi, jumlah pengamatan selama lima tahun adalah 125. Hasil penelitian pada model tanpa memasukkan variabel moderasi menunjukkan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan memiliki pengaruh negatif terhadap koefisien respon laba. Artinya terdapat pengaruh pengungkapan laporan keberlanjutan terhadap koefisien respon laba.<sup>63</sup>

### C. Kerangka Berpikir

Kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai

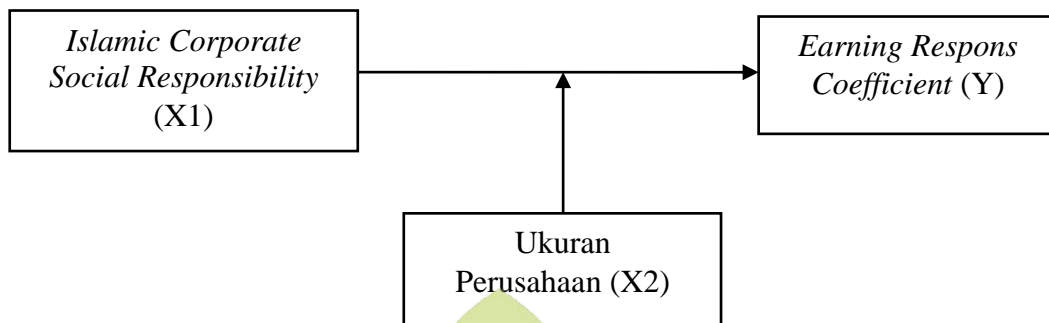
---

<sup>62</sup>Sistya Rachmawati, “Pengaruh Pengungkapan Sukarela Dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Koefisien Respon Laba”, *Media Riset Akuntansi, Auditing & Informasi*, Vol. 16 No. 2 (September 2016), h. 141.

<sup>63</sup>Inung Wijayanti, *The Effect of Corporate Social Responsibility Disclosure, Leverage, Firm Size, and Profitability Toward Earnings Response Coefficient*, *International Journal of Innovation, Creativity and Change*. [www.ijicc.net](http://www.ijicc.net), Volume 13, Issue 3, 2020.

masalah yang penting.<sup>64</sup> Kerangka pemikiran pada penelitian ini akan digambarkan pada gambar 1 sebagai berikut:

**Gambar 1**  
**Skema kerangka pemikiran**



ICSR menjadi isu hangat belakangan ini karena banyak investor yang mulai peduli dengan lingkungan. Perusahaan dengan CSR yang baik tentunya juga memiliki tingkat pengungkapan yang baik. Semakin baik tingkat pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan merupakan sinyal positif yang diberikan oleh perusahaan kepada *stakeholder*.

Pengungkapan ICSR ini perlu dilakukan dan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi reaksi pasar terhadap informasi. Respon pasar terhadap informasi laba dapat dilihat dari besarnya *earning response coefficient* (ERC). Variabel yang terkait dengan ERC adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan proksi dari keinformatifan harga. Semakin besar suatu perusahaan maka semakin banyak informasi publik yang tersedia mengenai perusahaan tersebut.

<sup>64</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), h. 60.

Pada penelitian ini adalah variabel bebas yaitu *Islamic corporate social responsibility* ( $X_1$ ), variabel terikat yaitu *earning response coefficient* ( $Y$ ) dan variabel moderating yaitu ukuran perusahaan ( $X_2$ ).

#### D. Hipotesis

Hipotesis merupakan pernyataan atau dugaan yang bersifat sementara terhadap suatu masalah penelitian yang kebenarannya masih lemah sehingga harus diuji secara empiris (hipotesis berasal dari kata *hypo* yang berarti dibawah dan *thesa* yang berarti kebenaran).<sup>65</sup> Hipotesis juga merupakan dugaan jawaban yang dibuat oleh peneliti bagi masalah yang diajukan dalam penelitian.

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility* terhadap *Earning Response Coefficient*

Tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan.<sup>66</sup>

---

<sup>65</sup>Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, (Jakarta: PR Bumi Aksara, cetakan ke-3 April 2008), h. 31.

<sup>66</sup>Sistya Rachmawati, "Pengaruh Pengungkapan Sukarela...", h. 145.

Informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan dapat berupa laporan CSR perusahaan sendiri. Laporan tahunan adalah salah satu media yang digunakan oleh perusahaan untuk berkomunikasi dengan para investor.

Hasil penelitian Sayekti menunjukkan bahwa pengaruh tingkat pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan terhadap *earnings response coefficient* (ERC), dan memberikan bukti empiris bahwa tingkat pengungkapan informasi CSR berpengaruh negatif terhadap ERC. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa investor tidak mengapresiasi informasi CSR yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan.<sup>67</sup>

Hasil penelitian Inung Wijayanti, Rizal Mawardi, Jasman, Amri Baso Halim menunjukkan bahwa Hasil penelitian pada model tanpa memasukkan variabel moderasi menunjukkan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan memiliki pengaruh negatif terhadap koefisien respon laba. Artinya terdapat pengaruh pengungkapan laporan keberlanjutan terhadap koefisien respon laba.<sup>68</sup>

Berbeda dengan penelitian Fransiska Sukirman dan Carmel Meiden yang menunjukkan bahwa hasil regresi berganda dapat dilihat bahwa pengungkapan informasi CSR berpengaruh positif terhadap koefisien respon laba. Hasil penelitian ini tidak berhasil

---

<sup>67</sup>Rulfah M.Daud dan Nur Afni Syarifuddin, "Pengaruh Corporate Social Responsibility Disclosure...", h. 87.

<sup>68</sup>Inung Wijayanti, The Effect of Corporate Social Responsibility Disclosure, Leverage, Firm Size, and Profitability... h. 11.

mengkonfirmasi bahwa pengungkapan informasi CSR berpengaruh negatif terhadap koefisien respon laba.<sup>69</sup>

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka hipotesis yang dapat dikembangkan adalah:

H<sub>0</sub>: Pengungkapan *Islamic corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap *earnings response coefficient*.

H<sub>a</sub>: Pengungkapan *Islamic corporate social responsibility* berpengaruh negatif terhadap *earnings response coefficient*.

## 2. Pengaruh Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderating dalam Hubungan antara *Islamic Corporate Social Responsibility* dan *Earning Response Coefficient*

Ukuran perusahaan merupakan besar kecilnya perusahaan yang diproksikan dengan total aset perusahaan. Total aset perusahaan diperoleh dari laporan keuangan akhir tahun periode dalam laporan tahunan perusahaan. Jika ukuran perusahaan semakin besar maka informasi yang tersedia untuk investor dalam pengambilan keputusan perusahaan semakin banyak. Perusahaan besar akan memiliki *stakeholder* yang lebih memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan dalam laporan tahunan, yang merupakan media untuk menyebarkan informasi tentang tanggung jawab perusahaan. Semakin besar perusahaan maka semakin banyak informasi yang diungkapkan

---

<sup>69</sup>Fransiska Sukirman dan Carmel Meiden, "Pengaruh CSR Disclosure Terhadap Earnings Response Coefficient Pada Perusahaan Yang Terdaftar di BEI", Vol. 1 No. 1 (Februari 2012), h. 1.



perusahaan, hal ini mengakibatkan reaksi pasar terhadap informasi laba perusahaan berkurang.

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka hipotesis yang dapat dikembangkan adalah:

H<sub>0</sub>: Ukuran perusahaan memperlemah dalam memoderasi pengungkapan *Islamic corporate social responsibility* terhadap *earning response coefficient*.

H<sub>a</sub>: Ukuran perusahaan memperkuat dalam memoderasi pengungkapan *Islamic corporate social responsibility* terhadap *earning response coefficient*.



## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

Arikunto, Suharsimi. *Manajemen Penelitian*. Jakarta : PT Rineka Cipta, 2010.

Bungin, Burhan. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Perdana Media Group, 2011.

Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2000.

Departemen Pendidikan Nasional. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa Edisi Keempat*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2011.

Fitrah, Muh dan Luthfiyah. *Metode Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*. Jawa barat: CV Jejak, 2017.

Hasan, Iqbal. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Jakarta:PR Bumi Aksara, cetakan ke-3 April 2008.

\_\_\_\_\_. *Pokok-Pokok Materi Statistik 2 (Statistik Inferensif) Edisi Kedua*. Jakarta: Bumi Aksara, 2001.

Lako, Andreas. *Dekonstruksi CSR & Reformasi Paradigma Bisnis & Akuntansi*. Jakarta: Erlangga, 2011.

Martono, Nanang. *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder Edisi Revisi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2012.

Nugroho, Bhuono Agung. *Strategi Jitu Memilih Metode Penelitian Statistic Penelitian Dengan SPSS*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2005.

Noor, Ruslan Abdul Ghofur. *Konsep Distribusi Dalam Ekonomi Islam dan Format Keadilan Ekonomi Di Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013.

Nurdizal M. Rachman, Asep Efendi, Emir Wicaksana. *Panduan Lengkap Perencanaan CSR*. Jakarta: Penerbit Swadaya, 2011.

Porman T, Andy Porman T. *Menilai Harga Saham*. Jakarta: PT Alex Komputindo, 2007.

Syairozi, Muhammad Imam. *Pengungkapan CSR Pada Perusahaan Manufaktur Dan Perbankan*. Magelang: Tidar Media, 2019.

Sugiarto, Dergibson Siagian. *Metode Statistika Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006.

Sugiyono. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.

\_\_\_\_\_. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2012.

\_\_\_\_\_. *Penelitian Administratif*. Bandung: Alfabeta, 2001.

Teguh, Muhammad. *Metode Penelitian Ekonomi Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Raja Grafindo, 2006.

Usman, Husain. *Metode Penelitian Sosial, Edisi Kedua*. Jakarta: Bumi Aksara, 2008.

Yusuf, Muhammad Yasir. *Islamic Corporate social responsibility (I-CSR) pada lembaga keuangan syariah (LKS)*. Jakarta: Pranada Media Group, 2017.

Wibisono, Yusuf. *Membedah Konsep & Aplikasi Corporate Social Responsibility (CSR)*. Gresik: Fascho Publishing, 2017.

## Jurnal

Agung Hendratmoko dan Abdul Muid. Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Pengungkapan ICSR Lembaga Keuangan Syariah Di Indonesia, Vol. 6 No. 4 2017.

Andriyani Budiman, Nita. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *JRAMB, Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, UMB Yogyakarta*. Vol. 1 No. 12015.

Apip Zanariyatim, Ali Nur Bayinah dan Oni Sahroni. Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Bank Umum Syariah Berdasarkan Islamic Social Reporting Index (Indeks ISR). *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam*. Vol. 4 No. 1 2016.

David Marciano Ricardo dan Faisal. Pengaruh Pengungkapan Corporate Sosial Responsibility Terhadap Praktik Manajemen Laba. *Diponegoro Journal Of Accounting*. Vol. 4 No. 3 2015.

Dessy Arta Nugraha dan Juniarti. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Respon Investor Pada Sektor Industry Pertambangan. *Business Accounting Review*. Vol. 8 No. 1 2015.

- Diah Ayu Pradipta dan Anna Purwaningsih. Pengaruh Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Perusahaan Terhadap Earning Response Coefficient (ERC), Dengan Ukuran Perusahaan Dan Leverage Sebagai Variabel Kontrol. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.2011.
- Dian Yuni Anggraini dan Rayna Kartika. Analisis Kualitas Pengungkapan Islamic Corporate Social Responsibility Bank Umum Syariah Di Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Governance Andalas*. Vol. 2 No. 1 2019.
- Ely Dazia, Dian Maulita, dan Dien Sefty Framita. Analisis Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Laporan Tahunan Terhadap Koefisien Respon Laba Akuntansi. *JUMA Universitas Serang Raya*.
- Erny Dwi Jayanti. Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Terhadap Earning Response Coefficient (ERC).*Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*. Vol.1 No. 22012.
- Fatmawati, Naning. Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Akuntansi Sosial Ekonomi Ditinjau Dari Syariah. *Jurnal EQUILIBRIUM*. Vol. 3 No. 2 Desember 2015.
- Fitri, Laila. *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kesempatan Bertumbuh, Dan Profitabilitas Terhadap Earnings Response Coefficient*. Universitas Negeri Padang, 2013.
- Fransiska Sukirman dan Carmel Meiden. Pengaruh CSR Disclosure Terhadap Earnings Response Coefficient Pada Perusahaan Yang Terdaftar di BEI. Vol. 1 No. 1 Februari 2012.
- Gautama Siregar, Budi. Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility (Ekonomi, Lingkungan dan Sosial) Terhadap Earning Response Coefficient. *At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam* Vol. 4 No. 1 2018.
- Gustani dkk. Model Pelaporan Kinerja Sosial Perbankan Syariah: Implementasi Islamic Social Reporting Index. *Jurnal Akuntansi Keuangan Islam*.Vol. 2 No. 1 2017.
- Gusti Ayu Dyah Indraswati dan Ida Bagus Putra Astika. Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Kepemilikan Saham Publik Terhadap Pengungkapan CSR. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*. Vol. 11 No. 1 2015.
- Gusti Ayu Putu Sintya Aryani dan Eka Ardhani Sisdyani. Profitabilitas Pada Earning Response Coefficient Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*. Vol. 15 No. 1 2016.

- Gustika Nurmalia dan Yudhistira Ardhana. Analisis Pelaporan Zakat, ICSR, Dewan Pengawas Syariah Dan Leverage Dalam Mengungkapkan Kinerja Bank Umum Syariah Di Indonesia. *Cakrawala: Jurnal Studi Islam*. Vol. 14 No. 2 2019.
- Hadi, Nor, Corporate Social Responsibility. *Research Journal and Internasional Studies*. Vol. 1 No. 12 2011.
- Imroatussolihah, Ely. Pengaruh Risiko, Leverage, Peluang Pertumbuhan, Persistensi Laba Dan Kualitas Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Earning Response Coefficient Pada Perusahaan High Profile. *Jurnal Ilmiah Manajemen*. Vol. 1 No. 1 2013
- Inung Wijayanti, The Effect of Corporate Social Responsibility Disclosure, Leverage, Firm Size, and Profitability Toward Earnings Response Coefficient, *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, Volume 13, Issue 3, 2020.
- Kadek Rosiliana, Gede Adi Yuniarta, Nyoman Ari Surya Darmawan. Pengaruh corporate social responsibility terhadap kinerja keuangan perusahaan. *Jurnal Akuntansi Program SI*. Vol. 02 No. 1 2014.
- Kadek Trisna Wulandari dan I Gede Ary Wirajaya. Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Earning Response Coefficient. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*. Vol. 6 No. 3 2014.
- Maisil Delvira dan Nelvirita. Pengaruh Risiko Sistematis, Leverage Dan Persistensi Terhadap Earnings Response Coefficient (ERC). *Jurnal WRA*. Vol. 1 No. 1 2013.
- Mitha Dwi Restuti dan Cecilia Nathaniel. Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Earning Response Coefficient. *IDM*. Vol. 3 No. 1 2017.
- Marzully Nur dan Danies Priantinah. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Nominal*. Vol. 1 No. 1 2012.
- Muhammad Nurkholis dan Carmel Meiden. Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Terhadap Koefisien Respon Laba. *Jurnal Akuntansi*. Vol. 7 No. 1 Februari 2018.
- Naila Nur Hidayati dan Sri Murni. Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Earnings Response Coefficient Pada Perusahaan High Profile. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*. Vol. 11 No. 1 2009.

Nikmatul Masruroh, Faikatul Ummah. Upaya Pengembangan Corporate Social Responsibility Perspektif Ekonomi Islam. Vol. 4 No. 1 Juni 2018.

Nur Arif, Razi. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Earnings Response Coefficient (ERC) Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Periode 2011-2015). Skripsi Studi Manajemen UIN Syarif Hidayatullah, 2016.

Rachmawati, Sistya. Pengaruh Pengungkapan Sukarela Dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Koefisien Respon Laba. *Media Riset Akuntansi, Auditing & Informasi*. Vol. 16 No. 2 September 2016.

Ratna Wijaya Daniar Parawita dan Ery Hidayanti. Pengaruh Earning Response Coefficient (ERC) Terhadap Harga Saham. *Jurnal Wiga*. Vol. 3 No. 12013.

Rulfah M. Daud dan Nur Afni Syarifuddin. Pengaruh Corporate Social Responsibility Disclosure, Timeliness, Dan Debt To Equity Ratio Terhadap Earning Response Coefficient. *Jurnal Telaah & Riset Akuntansi*. Vol. 1 No. 1 Januari 2008.

Sa'adah, Muhammad Fahmi dan Desi Astria, "Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Dividen Payout Ratio Di moderasi Ukuran Perusahaan Terhadap Earning Response Coefficient (Pada Perusahaan Industri Dasar dan Kimia Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)", *Prosiding Konferensi Nasional Ke- 8*, 2018.

Silalahi. Sem Paulus. Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure, Beta, Dan Price To Book Value (PBV) Terhadap Earnings Response Coefficient (ERC). *Jurnal Ekonomi*. Vol. 22 No. 1 Maret 2014.

Vinta Paulinda Awuy, Yosefa Sayekti dan Indah Purnamawati. Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Earnings Response Coefficient (ERC). *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*. Vol. 18 No. 1 2016.

Winda Plorensia A.P dan Pancawati Hardiningsih. Pengaruh Agresivitas Pajak dan Media Eksplosure Terhadap Corporate Social Responsibility. *Dinamika Akuntansi, Keuangan dan Perbankan*. Vol. 4 No. 22015.

#### **Sumber on-line**

"Jakarta Islamic Index" (On-line), tersedia di: <https://www.idx.co.id/idx-syariah/indeks-saham-syariah/>(1 mei 2020).